

Geschenkpanda – Grünes Geschenkportal erleichtert Suche nach umweltfreundlichen und nachhaltigen Geschenken

geschrieben von Marco | 19. Dezember 2019



Geschenkpanda

Das Geschenkportal [Geschenkpanda](#) erleichtert die Suche nach nachhaltigen und sinnvollen Geschenkideen. Geschenkpanda ist seit Mitte Dezember online und soll motivieren, achtsamer zu schenken, damit weniger nutzlose und ungewollte Geschenke auf dem Müll landen.

Bisher gestaltete sich die Suche nach umweltfreundlichen und unter fairen Bedingungen hergestellten Geschenken als äußerst schwierig: Ein grünes Geschenkportal mit ausschließlich nachhaltigen und umweltbewussten Ideen gab es schlicht nicht.

Nachhaltige Geschenkideen: Von Bio über Selbstgemacht bis Zero Waste

Geschenkpanda vereinfacht ab sofort die mühsame Geschenksuche und gibt Inspiration für selbstgemachte Geschenke, gemeinschaftliche Zeit und nachhaltige Aufmerksamkeiten aus den Rubriken Re-/Upcycled, Bio, Fairtrade, Plastikfrei, Vegetarisch/Vegan sowie Zero Waste.

Für Kinder wurden außerdem Geschenke kuratiert, mit denen die Kreativität angeregt wird und den Nachwuchs motivieren, sich draußen an der frischen Luft zu bewegen.

Über Geschenkpanda

Geschenkpanda listet aktuell über 650 Geschenkideen, wobei

täglich neue hinzukommen. Dass irgendwann die Geschenkkideen ausgehen, sieht das Startup nicht. Welche Geschenkkideen gefragt sind, wertet Geschenkpanda datenbasiert aus und kann den Besuchern so stets relevante Geschenke zeigen.

Zur Website: <https://geschenkpanda.de/>

WeSustain und SGS bündeln Expertise für die Betreiberverantwortung

geschrieben von Marie Linde | 19. Dezember 2019



WeSustain, der Softwareanbieter für verantwortungsvolle Unternehmensführung, und SGS als führendes Unternehmen in den Bereichen Prüfen, Testen, Verifizieren und Zertifizieren, unterstützen künftig gemeinsam Unternehmen bei der Erfüllung ihrer Betreiberpflichten.

WeSustain verknüpft seit Herbst diesen Jahres seine IT-Expertise in Form der "Enterprise Compliance Management" Lösung mit der Beratungsexpertise der Sachverständigen vom SGS-TÜV Saar für Unternehmen aus dem Bereich Industrie und Facility-Management. Gemeinsam unterstützen WeSustain und der SGS-TÜV Saar in Belangen der Arbeits- und Betriebssicherheit, der Instandhaltung von Anlagen sowie Gebäuden, erforderlicher Inspektionen und Prüfungen als auch der Erfüllung der Betreiberpflichten.

"Wir sind davon überzeugt, dass eine leistungsstarke und verlässliche Software zusammen mit verständlich

aufbereiteten Content und kompetenter Beratung die komplexe Managementaufgabe im Bereich Compliance für Unternehmen vereinfacht und so zu mehr Rechtssicherheit beiträgt", erklärt Dr. Manfred Heil, Geschäftsführer bei WeSustain GmbH, die Beweggründe für die Zusammenarbeit mit der SGS. „Das Expertenwissen der SGS in Bezug auf einen rechtskonformen Anlagenbetrieb in Verbindung mit der IT-Kompetenz von WeSustain bietet Betreibern eine auf ihre individuellen Bedürfnisse angepasste Komplettlösung", ist auch Stefan Kempf, Mitglied der Geschäftsleitung der SGS-TÜV Saar GmbH, überzeugt.

So können Compliance Manager, EHS Manager oder Facility Manager – in Zeiten steigender Regelungsdichte, zunehmender Komplexität sowie wachsender Haftungs- und Reputationsrisiken – mit der "Enterprise Compliance Management" Lösung von WeSustain auf eine leistungsstarke Softwarelösung sowie weitere Partnerangebote der SGS für die Sicherung ihrer Betreiberverantwortung bauen, von der strategischen Planung und Steuerung über das Datenmanagement bis hin zur Dokumentation.

Mehr Informationen zur ECM-Software von WeSustain finden Sie unter:

<https://www.wesustain.com/software-ecm>

Mehr zur Partnerschaft zwischen WeSustain und SGS im ausführlichen Interview unter:

<https://wesustain.link/interviewsgs>

Über WeSustain

WeSustain ist ein innovativer Softwareanbieter für die verantwortungsvolle Unternehmensführung. Als zuverlässiger Partner, der am Puls der digitalen Welt arbeitet, entwickelt

Auf Nimmerwiedersehen, Langeweile! Dieses Start-Up hatte genug von immer ähnlichen Hotel- und Gastroausstattungen, Einwegbesteck, unansehnlichen Einweg-Hotelslippern, Schadstoffen in Hotelkosmetik und Plastiktrinkhalmen. Passend zum EU-Beschluss umweltschädlichen Einweg-Produkten ab 2020 den Riegel vorzuschieben, halten Franziska Altenrath und Alexandra Herget Lösungen für Hoteliers, Gastronomen, Festival- und Eventbetreiber bereit, die sie auf einem digitalen Marktplatz namens TUTAKA präsentieren.

Warum ausgerechnet das Gastgewerbe? «In Hotels, Restaurants, auf Events und Festivals probieren die Menschen gerne mal etwas Neues aus und werden zu neuen Konsumverhalten und -mustern angeregt. Das Gastgewerbe kann neue Verhaltensweisen anregen und inspirieren!», erläutert Alexandra.

«Es gibt viele Gründe für Nachhaltigkeit», fährt Franziska fort. «Da sind die offensichtlichen Motivationen der Ressourceneffizienz, Plastik-Vermeidung und Klimawandel. Aber hinter Nachhaltigkeit steckt auch Qualität für den Gast und für die Mitarbeiter: Gesundheit und Wohlergehen, das Gemeinschaftsgefühl, zusammen den Wandel zu gestalten oder die bessere ästhetische und haptische Erfahrung. Nachhaltige Produkte differenzieren den Gastgeber und wirken positiv auf die neue Generation von Gästen und Arbeitnehmern. Wir nennen sie Ecoisten – Menschen, die Nachhaltigkeit wollen, weil es gut für die Welt ist und ihnen mehr Qualität bietet.»

So schauten die Gründerinnen bei der Auswahl ihrer Produkte genau hin – zum einen auf Nachhaltigkeitskriterien und zum anderen auf Mehrwerte, die dem Gast, dem Gastgeber und den Angestellten zu Gute kommen. Das Ergebnis ist ein spannender Mix aus unterschiedlichen Produkten und Services. Zu finden sind beispielsweise Kleiderbügel aus recyceltem Karton, diverse Trinkhalmalternativen, Gläser und Karaffen aus ausgedienten Weinflaschen, upgecycelte Yogamatten, Schürzen und Hotelslipper aus recycelten PET Flaschen oder Textilien wie Bettwäsche und Arbeitskleidung aus Bio-Baumwolle mit Fair-

Trade Standard. Namhafte ecoistische Marken wie HYDROPHIL, soulbottles, KAYA & KATO, cotonea, Dibella, myboo, ÖKLO, myclimate, RECUP und viele mehr sind auf dem Marktplatz zu finden.

Seit Mitte März ist dieser online. Preise und Angebote können angefragt werden. «Viele unserer Lieferanten sind kleine Manufakturen oder Fabriken. Manches wird sogar noch in Handarbeit hergestellt», schmunzelt Alexandra über die operativen Hürden von echter Nachhaltigkeit.

Wer auf der Suche nach einer nachhaltigen Produktlösung ist, diese auf dem Marktplatz jedoch nicht findet, der kann sich direkt an TUTAKA wenden. “Wir haben noch zahlreiche Produkte und Services in der Pipeline,” verspricht Franziska Altenrath. “Wer nachhaltiger sein möchte, der soll auch dazu befähigt werden. Zu oft scheitert das Vorhaben an mangelnder Zeit und der Schwierigkeit, geeignete Kooperationspartner, Marken und Berater zu finden. Diese Hürde wollen wir nehmen.”

TUTAKA vermittelt aber nicht nur die angebotenen Produkte, sondern berät auch dazu, wie Nachhaltigkeit Greenwashing- und klischeefrei kommuniziert werden kann. Tatsächlich waren beide Gründerinnen zuvor in der Kommunikation beschäftigt und haben sich im Grafikdesign Studium in Berlin kennengelernt.

TUTAKA möchte Veränderung! Dass sie sich dafür eine herausfordernde Branche ausgesucht haben, schmälert den Elan nicht. Mit Marktplatz, Agentur und einem spannenden Netzwerk offerieren die Frauen ein ganzheitliches Angebot, das einen genaueren Blick mehr als wert ist.

Nachhaltigkeitssoftware von WeSustain überzeugt im direkten Vergleich

geschrieben von Marie Linde | 19. Dezember 2019

Nachhaltigkeitssoftware von WeSustain überzeugt im direkten Vergleich

Auf dem Nachhaltigkeit-Software-Überblickstag von brands & values am 21. Februar 2019 in Hamburg überzeugt WeSustain mit seiner Software-Lösung für ein professionelles CSR-Management im direkten Vergleich. Die Enterprise Sustainability Management (ESM) Lösung setzte sich in 3 von 4 Kategorien im Teilnehmer-Feedback durch.

Das Nachhaltigkeitsmanagement in Unternehmen professionalisiert sich zunehmend. Und so greifen immer mehr Betriebe – vor allem im Kontext der CSR-Berichterstattung – auf spezialisierte Softwarelösungen zurück. Der Markt für geeignete Lösungen ist jedoch unüberschaubar und so fällt die Wahl für eine Software vielen schwer. In einigen Fällen wird die System-Auswahl zu einem erheblichen Kostenfaktor im Professionalisierungsprozess.

Seit einigen Jahren veranstaltet daher brands & values – eine Unternehmensberatung mit Nachhaltigkeitsfokus – einmal im Jahr einen Nachhaltigkeit-Software-Überblickstag, um Unternehmen einen exklusiven Einblick in die verschiedenen Softwaresysteme am Markt zu geben. Am 21. Februar 2019 haben fünf Anbieter den teilnehmenden Unternehmen ihre Lösungen präsentiert. Dabei waren SoFi von thinkstep, Quentic, Verso, Datamaran und ESM

von WeSustain. Im Rahmen einer Teilnehmer-Umfrage wurden anschließend die vorgestellten Softwarelösungen bewertet. Dabei hat sich WeSustain mit seiner ESM-Lösung in drei von vier Kategorien im direkten Vergleich durchgesetzt. Auf Rückfrage, ob die Teilnehmenden einen guten Überblick über das Angebot erhalten haben, ob die Software ihren Bedürfnissen entspräche und ob sie den Anbieter in ihre engere Auswahl nehmen würden, wurde die ESM-Lösung von WeSustain durch die Unternehmen auf Rang 1 gewählt.

Wir freuen uns, dass wir mit unserer ESM-Softwarelösung die Unternehmen im direkten Vergleich überzeugen konnten. Wir bieten mit 10 Softwaremodulen genau die Flexibilität, die sich viele Unternehmen für ihr professionelles CSR-Management wünschen. Dass wir es bei vielen in die engere Auswahl schaffen, ist der Beweis dafür, dass wir verstanden haben, wo Unternehmen individuelle softwaregestützte Hilfe benötigen“, erklärt Dr. Manfred Heil, Geschäftsführer bei WeSustain.

Mehr Informationen zur ESM-Software von WeSustain finden Sie unter: <https://www.wesustain.com/software/>

Mehr zur Veranstaltung von brands & values erhalten Sie unter: <https://www.brandsandvalues.com/nachhaltigkeit-software-ueberblick>

Ansprechpartner Ansprechpartner

WeSustain GmbH

Dr. Manfred Heil

CEO/Geschäftsführer WeSustain GmbH

FOODprint: Jetzt Essen ohne Gentechnik sichern! Endspurt der Initiative – bis zum 30. April 2018 abstimmen

geschrieben von organic | 19. Dezember 2019



Legau, April 2018 / Wer weiterhin wissen will, ob gentechnisch veränderte Lebensmittel auf seinem Teller landen, sollte jetzt handeln: Bis 30. April 2018 noch läuft die Initiative „FOODprint – Ich stehe auf Essen ohne Gentechnik“. Bereits über 100.000 Menschen haben mit ihren Händen, Füßen oder ihrer Unterschrift on- und offline ein unmissverständliches Zeichen zur Sicherung von genfreiem Essen und Saatgut gesetzt. „Machen auch Sie jetzt mit, damit wir gegenüber der Politik mit noch mehr Nachdruck unsere Forderungen nach gesetzlichen Regelungen für die neuen Gentechnik-Verfahren vertreten können“, ruft Joseph Wilhelm, „FOODprint“-Initiator und Gründer von Rapunzel Naturkost, im Endspurt zur Beteiligung auf. Dies geht online unter <http://www.change.org/foodprint> oder „analog“ auf Unterschriftenlisten in vielen Läden des deutschen Naturkost-

Fachhandels.

Aktuell drängen so genannte neue Gentechnikverfahren ohne gesetzliche Regelung auf den Markt. Die Wahlfreiheit und die gentechnikfreie Zukunft unserer Bio-Lebensmittel stehen somit auf dem Spiel. Darum hat der Bio-Pionier mit 30 Partnern aus der Bio-Branche im September 2017 „FOODprint“ gestartet – um mit Händen und Füßen abzustimmen für eine gentechnikfreie Welt.

Dieses Leitmotiv der Initiative ist wörtlich zu nehmen. Neben den Unterschriften hat das Bündnis auf der Weltleitmesse, der Biofach in Nürnberg, dem Rapunzel Eine Welt Festival im Allgäu sowie auf den Bio-Regionalmessen Süd und Nord auch 2.000 echte Fuß- und Handabdrücke gesammelt. Das ergibt eindrucksvolle 400 Meter bunte Stoffbahnen – für Vielfalt statt Einfalt! Damit möchten die „FOODprint“-Beteiligten bei der Übergabe der Unterschriften an Bundeslandwirtschaftsministerin Julia Klöckner besonders viel Aufmerksamkeit auf das Thema lenken. Darüber hinaus organisiert Rapunzel Naturkost am 17. Oktober 2018 ein Gentechnik-Forum mit Workshops und Vorträgen für alle Interessierten (Anmeldung und mehr Informationen unter www.rapunzel.de/gentechnik-forum), um das Thema weiter zu verfolgen.

„FOODprint“ als unmissverständlicher Appell an die Politik

Jeweils die Hälfte der bis heute gesammelten Stimmen ging über die Online-Petition und die analogen Unterschriften-Listen ein, die in zahlreichen Geschäften des deutschen Naturkost-Fachhandels ausliegen. Damit kommt ein besonders starkes Veto gegen gentechnisch veränderte Lebensmittel direkt aus den Bio-Läden. „Wir bedanken uns bei unseren Partnern für diese großartige Unterstützung“, so Joseph Wilhelm. „Die Initiative zeigt das massive Misstrauen der Gesellschaft gegenüber den internationalen Agrarkonzernen und, dass Menschen in unserem Land gentechnisch veränderte Lebensmittel ablehnen. Gleichzeitig ist „FOODprint“ ein Appell an die Politik, Genome

Editing als gentechnisches Verfahren einzustufen und das bestehende EU-Verbot für gentechnisch veränderte Produkte nicht anzutasten“.

Kein Einsatz (neuer) Gentechnikverfahren ohne Kennzeichnung

Rapunzel rief die Initiative „FOODprint“ ins Leben, da zu befürchten ist, dass mit den neuen Gentechnikverfahren (Genome Editing) die bestehenden Gesetze zur Kennzeichnung gentechnisch veränderter Lebensmittel unterwandert werden. Obwohl dieses Verfahren unter die gesetzliche EU-Definition von Gentechnik fällt, wird die Methode gegenwärtig nicht als gentechnisches Verfahren mit entsprechender Zulassungs- und Risikoprüfung behandelt. Das hat zur Folge, dass pflanzliche Nahrungsmittel und Saatgut, in deren Erbgut Wissenschaftler über Verfahren der neuen Gentechnik eingegriffen haben, nicht gekennzeichnet werden müssen. Sie können damit unerkannt auf unsere Teller und in die Umwelt gelangen.

Eine zentrale Forderung der Initiative ist daher, alle neuen Gentechnikmethoden ausnahmslos als gentechnische Verfahren einzustufen, da sie alle direkt ins Erbgut eingreifen. Darüber hinaus sprechen sich die „FOODprint“-UnterstützerInnen für eine eindeutige gesetzliche Regelung der neuen Gentechnik-Verfahren aus und fordern die Vertreter aus Politik und Wissenschaft dazu auf, die gentechnikfreie Pflanzenzüchtung und Saatgutproduktion gleichwertig zu fördern.

Weitere Informationen, Online-Petition und Download der Unterschriftenliste: www.rapunzel.de/foodprint

Pressekontakt:

Eva Kiene

Dipl.-Kommunikationswirtin (BAW)

PR und Unternehmenskommunikation

Rapunzel Naturkost GmbH

Rapunzelstraße 1

D-87764 Legau

Telefon: +49 8330 529-1209

Telefax: +49 8330 529-1501

E-Mail: Eva.Kiene@rapunzel.de

www.rapunzel.de

tegut... übergibt 20.000 Euro an SOS – Kinderdorf e.V. Gemeinsame Spende von tegut..., Mitarbeitenden und Kunden

geschrieben von Andreas | 19. Dezember 2019



Medienmitteilung vom 22. März 2018

Anfang März 2018 übergaben Karl-Heinz Brand, tegut... Geschäftsleitung Personelles, Günter Ledermann, tegut... Betriebsratsvorsitzender und Lena Dorn, tegut... Betriebsratsmitglied, einen Scheck in Höhe von 20.000 Euro an das SOS-Kinderdorf Frankfurt am Main.

Unternehmen, Kunden und Mitarbeitende spenden gemeinsam

Der Spendenbetrag setzt sich aus einer Unternehmensspende der Firma tegut... anlässlich des 70. Geburtstages in Höhe von 10.000 Euro und weiteren 10.000 Euro zusammen, die seit der letzten Spendenübergabe von Kunden und Mitarbeitenden gespendet wurden. Die tegut... Kunden haben während verschiedener Aktionen in den Märkten wie zum Beispiel Kuchenbasaren gespendet. Viele tegut... Mitarbeitende spenden, wenn sie ein Betriebsjubiläum feiern, außerdem wurden zahlreiche Aktionen, auch von Lernenden organisiert, wie zum Beispiel der Nachhaltigkeitsparkplatz.

Ort der Begegnung für Sossenheimer Familien

Die Vertreter von tegut... konnten sich bei einem Rundgang ein eigenes Bild von der Einrichtung machen. Das SOS-Kinder- und Familienzentrum in Frankfurt-Sossenheim bietet nicht nur bis zu 60 Kindern Platz in einer Kindertagesstätte, sondern ist außerdem ein Ort der Begegnung für Sossenheimer Familien. Ein offener Mittagstisch, Bewegungsangebote, Familienbildung, Familienstärkung und vieles mehr runden das vielfältige Angebot ab.

Spenden ermöglichen viele Angebote im Familienzentrum

„Wir freuen uns, mit unserer Spende, einen Beitrag dafür zu leisten, dass Kinder und ihre Eltern, einen Ort haben, an dem sie gut begleitet werden – sowohl pädagogisch als auch mit gutem Essen, wie zum Beispiel beim pädagogischen Mittagstisch mit Hausaufgabenbetreuung,“ begründet Karl-Heinz Brand die Entscheidung für die Spende an den SOS-Kinderdorf e.V. „Wir konnten uns davon überzeugen, dass unsere Spenden ihren Zweck erfüllen und haben erfahren, dass die vielen Angebote im SOS-Kinder- und Familienzentrum in Frankfurt, auch dank unserer Unterstützung möglich sind. Das motiviert auch unsere Mitarbeitenden, weiter zu spenden,“ ergänzt Günter Ledermann.

Bildunterschrift:

Vielfältige Angebote für Kinder und Eltern ermöglicht die Spende von tegut... im SOS- Kinder- und Familienzentrum Frankfurt-Sossenheim. (von links) Karl-Heinz Brand, tegut... Geschäftsleitung Personelles, Lena Dorn tegut... Betriebsrätin und Günter Ledermann, tegut... Betriebsratsvorsitzender, übergeben den Spendenscheck von tegut... an Clenda Scharf, Einrichtungsleitung SOS-Kinderdorf Frankfurt am Main, und Andreas Schäfer, Projektmanager Fundraising SOS-Kinderdorf e.V.

Über tegut...

Die tegut... gute Lebensmittel GmbH & Co. KG ist ein Handelsunternehmen mit rund 280 Lebensmittelmärkten in Hessen, Thüringen, Bayern sowie Göttingen, Mainz, Stuttgart und Ludwigsburg. Das Angebot frischer und ökologischer Lebensmittel, regionaler Bezug sowie Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten der Mitarbeitenden stehen im Fokus des Vollsortimenters.

Bis zu 23 000 Produkte

tegut... bietet seinen Kunden rund 23 000 Produkte (gängige Markenprodukte sowie Eigenmarken in den Preis- und Qualitätsstufen tegut... kleinster Preis, tegut... Mehrwertmarke mit dem tegut... Reinheitsversprechen, tegut... vom Feinsten bis hin zu tegut... Bio und der Vielzahl weiterer Bio-Marken).

Vollsortimenter mit Fokus auf Bio

1982 hat tegut... erstmals Bio-Lebensmittel in sein Sortiment aufgenommen und erwirtschaftet heute mit über 3 000 Bio-Produkten 25,4 % seines Umsatzes. tegut... betreibt drei unterschiedliche Konzepte: Derzeit 122 Supermärkte (in Eigenregie mit 800 m² bis 2 500 m² Verkaufsfläche als Vollsortimenter mit bis zu 23 000 Artikeln), 120 inhabergeführte Nahversorger (mit bis zu 800 m² Verkaufsfläche und rund 7 500 angebotenen Artikeln) sowie 31 „tegut... Lädchen“ (ab 120 m² auf dem Land und in Stadtquartieren mit rund 4 200 Produkten zur Nahversorgung).

Teil der Migros Zürich

Seit 2013 ist tegut... ein Teil der Genossenschaft Migros Zürich. 2017 beläuft sich der Netto-Umsatz auf 1'008 Mio. Euro (Vorjahr 996 Mio. Euro). Die Flächenproduktivität wurde 2017 um 0,9 % gesteigert. Insgesamt sind 6 500 Menschen in den Märkten, den Logistikzentren und den Zentralen Diensten in Fulda für tegut... tätig. Weitere Informationen finden Sie unter www.tegut.com oder unter www.facebook.com/tegut

Ansprechpartner für die Medien:

Anne Biendara und Bettina Heinrichs, tegut...
Unternehmenskommunikation

Fon: 0661-104 641, Fax: 0661-104 990 1580, presse@tegut.com,
tegut... gute Lebensmittel, Gerloser Weg 72, 36039 Fulda

Klimaschutz trifft auf Fairen Handel: Schulen und Läden für gemeinsame Aktion gesucht

geschrieben von Andreas | 19. Dezember 2019

Die Münchner Umweltorganisation Green City e.V. bringt den Klimaschutz auf Deutschlands größte Aktionswoche zum Thema Fairer Handel. Der Carrotmob, bei dem SchülerInnen ein Event in einem Café, in Supermärkten oder anderen Geschäften organisieren und bewirken, dass der Umsatz in konkrete Klimaschutzmaßnahmen vor Ort fließt, soll nun im ganz großen Rahmen stattfinden. Unter dem Motto „Carrotmob @ Faire Woche 2018“ sind in München und ganz Deutschland Schulklassen und Läden gesucht, die sich beteiligen möchten.

Zum ersten Mal nimmt die Münchner Umweltorganisation Green City e.V. mit einem ihrer Projekte an der Fairen Woche teil –

Deutschlands größter Aktionswoche zum Thema Fairer Handel. Unter dem Motto „Carrotmob @ Faire Woche 2018“ sind Schulklassen aus München und ganz Deutschland gesucht, die sich beteiligen wollen – und gleichzeitig ein Zeichen für den Klimaschutz setzen. „Grundsätzlich richtet sich das Projekt Carrotmob macht Schule an Schülerinnen und Schüler sowie ihre Lehrkräfte. Die bilden wir in bundesweiten Workshops aus, anschließend tragen sie die Aktionsform in ihre Schule“, erklärt Andreas Obermeier, der das Projekt für Green City e.V. durchführt. Gemeinsam mit ihrer Klasse planen die Lehrkräfte dann einen Carrotmob. Das bedeutet: Die SchülerInnen gestalten ein Rahmenprogramm für ein Café, einen Supermarkt oder für ein anderes Geschäft in der Nähe. Ziel ist es, das Event möglichst gut in der Öffentlichkeit zu streuen – und so einen möglichst hohen Umsatz zu generieren. Der fließt dann in konkrete Klimaschutzmaßnahmen vor Ort. „Wir unterstützen die Projekte an den Schulen gemeinsam mit unserem Projektpartner BildungsCent e.V. individuell mit unserem Know-How – damit dieses Jahr bundesweit noch viele von Schülerinnen und Schülern organisierte Carrotmobs stattfinden.“

Im Aktionszeitraum der Fairen Woche, vom 14. bis 28. September, geht es darum, Klimaschutzaktionen mit attraktivem Rahmenprogramm in Weltläden zu organisieren. Damit möglichst viele Carrotmobs stattfinden können, sind engagierte Klimaschützer gesucht: Sowohl Schulklassen als auch Weltläden.

Wer Interesse hat, kann sich bis 31. März 2018 unter www.carrotmob-macht-schule.de/teilnahme anmelden, für Fragen steht Andreas Obermeier gerne zur Verfügung: Telefonisch unter (089) 890 668 -329 oder mit einer E-Mail an andreas.obermeier@greencity.de. Weitere Infos zum Projekt gibt es online unter www.greencity.de/carrotmob-macht-schule/.

Franziska Bär

Ihre Ansprechpartnerin bei Green City e.V.:

Franziska Bär, Kommunikation

Mail: presse@greencity.de, Tel: (089) 890 668 -321

Green City e.V., Lindwurmstraße 88, 80337 München

Hochaufgelöste Pressefotos können Sie aus unserem Presseportal herunterladen:

https://drive.google.com/drive/folders/0B6UPn_AQ5aByRkIaQzFkMTVGaVk

Über Carrotmob @ Faire Woche 2018

Carrotmob @ Faire Woche 2018 ist eine Kooperation von Carrotmob macht Schule mit dem Weltladen-Dachverband e.V. Carrotmob macht Schule wird von Green City e.V. in Kooperation mit BildungsCent e.V. umgesetzt und vom Bundesumweltministerium im Rahmen der Nationalen Klimaschutzinitiative gefördert.

Über Green City e.V.

Green City e.V. ist seit 1990 als Umweltorganisation für ein grüneres München aktiv. 25 MitarbeiterInnen setzen sich zusammen mit über 1.500 Ehrenamtlichen und Mitgliedern für stadtverträgliche Mobilität, verantwortungsvollen Umgang mit Energie, nachhaltige Stadtgestaltung, und Umweltbildung für alle Altersgruppen ein. 150 Projekte und Veranstaltungen pro Jahr bieten Umweltschutz zum Anfassen und Mitmachen. Weitere Informationen unter www.greencity.de.

Unzulässige Herkunftsangaben

für Obst und Gemüse: foodwatch mahnt Amazon Fresh ab – auch Online- Lebensmittelhändler müssen sich an geltendes Recht halten

geschrieben von Andreas | 19. Dezember 2019
Pressemitteilung

Berlin, 16. März 2018. foodwatch hat den Online-Lebensmittelhändler Amazon Fresh wegen unzulässiger Herkunftsangaben für Obst und Gemüse abgemahnt. Die Verbraucherorganisation kritisierte, dass Amazon Fresh in seinem Online-Shop für zahlreiche Produkte wie Weintrauben, Kopfsalat oder Tomaten mehrere mögliche Herkunftsländer aufführt – ein klarer Verstoß gegen europäisches Recht. foodwatch forderte Amazon Fresh auf, seiner gesetzlichen Kennzeichnungspflicht nachzukommen. Zudem sei die Politik gefordert, für eine bessere Überwachung von Online-Lebensmittelhändlern zu sorgen.

„Auf einen Blick erkennen, ob ein Apfel aus Deutschland oder Neuseeland stammt – was im Supermarkt um die Ecke selbstverständlich ist, muss auch für den Einkauf im Online-Shop gelten“, sagte Luise Molling von foodwatch. „Wenn Amazon Fresh für Weintrauben gleich 13 mögliche Herkunftsländer angibt, führt das die Herkunftsangabe ad absurdum. Für viele Verbraucherinnen und Verbraucher ist es wichtig, wo ein Lebensmittel herkommt – es ist nicht nur ärgerlich, sondern auch rechtswidrig, dass Amazon ihnen die Pflichtangaben zur Herkunft eines Produkts vorenthält.“

Online-Supermärkte müssten systematisch auf die Einhaltung von Kennzeichnungspflichten und auf Produktsicherheit geprüft werden, forderte foodwatch. Seit 2011 schreibt die EU-Verordnung 543/2011 die Herkunftskennzeichnung vieler Obst- und Gemüsesorten vor. Werden die Produkte im Internet angeboten, gilt diese Informationspflicht auch für die Shop-Seiten der Händler. Die kommunal und offline organisierten Kontrollbehörden seien jedoch noch nicht im Online-Zeitalter angekommen und mit der Überprüfung großer Online-Shops überfordert. Die Verbraucherorganisation forderte die neue Bundesregierung deshalb auf, die Zuständigkeit für die Überwachung von Online-Lebensmittelhändlern von den Ländern und kommunalen Behörden auf den Bund zu übertragen.

Anfang März hatte foodwatch in einem Vergleichstest die fünf großen Online-Lebensmittelhändler Amazon Fresh, Rewe Online, Allyouneedfresh, Mytime und Bringmeister unter die Lupe genommen und Lücken bei der Produktkennzeichnung sowie bei der Kontrolle der Shops durch die Lebensmittelbehörden aufgezeigt. Die Herkunftsangaben zu Obst und Gemüse waren bei vier der fünf Anbieter unzureichend oder fehlten ganz.

foodwatch mahnte Amazon Fresh wegen sieben Artikeln ab, die der Online-Händler ohne eindeutige Herkunftsangaben anbietet (Kopfsalat, Paprika Tricolor, Äpfel Braeburn 1kg, Trauben hell kernlos 500g, Tomaten Risper Aromatico 250g, Orangen 2kg und Zitronen 500g).

Quellen und weiterführende Informationen:

- Screenshots unzulässiger Herkunftsangaben auf der Amazon Fresh-Seite: www.material-kennzeichnung.foodwatch.de
- Abmahnungsschreiben an Amazon: tinyurl.com/ycf7zaj6
- „Bringt's das?“ foodwatch-Vergleichstest zum Lebensmittel-Onlinehandel: tinyurl.com/Test-Onlinehandel

Pressekontakt:

foodwatch e.V.

Sarah Häuser

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

Pressemitteilung Unternehmen unter Druck: 13.000 Menschen für Transparenz bei Schuh und Leder – Branche verspricht Verbesserungen mit Ausbau der CADS-Initiative

geschrieben von Andreas | 19. Dezember 2019

[Berlin/Bonn, 17.01.2018] – AktivistInnen der Kampagne Change Your Shoes haben heute in Berlin 13.606 Unterschriften an Birkenstock übergeben. Mit der Petition „Transparenz statt Versteckspiel“ fordern sie europäische Schuhmarken und -händler auf, transparent über die Einhaltung der Menschenrechte sowie über Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz zu berichten. Auch an den größten deutschen Schuhfachhändler Deichmann und an den Verband der Schuh- und Lederindustrie HDSL wurden die Forderungen bereits überreicht. Schuhfirmen in Deutschland versprechen nun mit der Erweiterung der CADS-Initiative Verbesserungen in Sachen Arbeits- und Sozialstandards in den Produktionsländern. Dafür müssen aber Gewerkschaften und zivilgesellschaftliche Organisationen bei den Überprüfungen einbezogen werden.

Verbraucherinnen und Verbraucher fordern die Schuhunternehmen auf, einen existenzsichernden Lohn zu zahlen und dafür zu

sorgen, dass die Menschenrechte garantiert werden. „Unternehmen müssen transparent über ihre Zulieferketten berichten“, sagt Anton Pieper von SÜDWIND. „Es ist höchste Zeit, dass sie glaubhaft darlegen, wie sie Arbeiterinnen und Arbeiter schützen und Umweltverschmutzung an den Produktionsstätten vermeiden wollen.“ Denn ob in Asien oder Europa: Immer wieder werden in Schuhfabriken oder Gerbereien Menschen- und Arbeitsrechte verletzt oder Schäden für Umwelt und Gesundheit verursacht – für die im Ausland produzierenden Unternehmen häufig ohne Folgen.

Die Proteste von Change Your Shoes zeigen nun Wirkung. Birkenstock erklärte bei der Unterschriftenübergabe: „Wir verstehen das gestiegene Informationsbedürfnis der Verbraucher, das die Petition zum Ausdruck bringt. Die CADS-Initiative ist ein wichtiges Instrument, um der Verwendung riskanter Stoffe bei der Herstellung von Schuhen zu begegnen. Als Produktionsunternehmen legen wir großes Augenmerk auf die Arbeitsbedingungen, insbesondere auf die Arbeitssicherheit, wo wir sehr eng mit der Berufsgenossenschaft zusammenarbeiten.“

Berndt Hinzmann vom entwicklungspolitischen INKOTA-netzwerk ordnet ein: „Die Textilindustrie hat in den vergangenen Jahren Fortschritte in Sachen Transparenz gemacht, die Schuhbranche hinkt weiter hinterher. Mit der Erweiterung der CADS gibt es nun offenbar ein Umdenken in der Branche hin zu umfassender und konkreter sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit und Sorgfaltspflicht. Das ist längst überfällig. Aber den Worten müssen Taten folgen. Die Zeit für Willensbekundungen ist vorbei. Konkrete Maßnahmen vor Ort, unabhängige Überprüfung und umfassende Information über tatsächliche Fortschritte erhöhen die Glaubwürdigkeit.“

Mit CADS wollen sich 80 Unternehmen aus Industrie und Handel für Nachhaltigkeit in der Schuh- und Lederwarenindustrie einsetzen (u.a. Gabor, Deichmann, Lowa, Ara und Hamm Reno). CADS hat in Aussicht gestellt, ab Anfang 2018 konkrete Maßnahmen im Bereich Arbeitsrechte und Sozialstandards

vorzulegen. Auch der Ver-band der Schuh- und Lederindustrie HDSL hat nach eigenen Angaben die Arbeitsrechte auf der Agenda. Ob dies Verbesserungen in den Produktionsstätten bewirkt, lässt sich allerdings nur durch eine unabhängige Veri-fizierung, die Einbeziehung von Gewerkschaften und zivilgesellschaftlichen Organisationen sowie durch trans-parente Information gegenüber der Öffentlichkeit belegen.

Weitere Informationen:

- Fotos von der Übergabe der Unterschriften an Deichmann
 - Fotos von der Übergabe der Unterschriften an Birkenstock
- sind auf Anfrage ab 16 Uhr bei INKOTA verfügbar

Ansprechpartner:

Anton Pieper

SÜDWIND

Tel.: +49 (0)176-96822859

E-Mail: pieper@suedwind-institut.de

Berndt Hinzmann

INKOTA-netzwerk

Tel.: +49 (0)160-9469 8770

E-Mail: hinzmann@inkota.de

**Internationale Grüne Woche
2018: Ein nachhaltiger
Kakao-sektor benötigt
existenzsichernde Einkommen**

und faire Preise

geschrieben von Andreas | 19. Dezember 2019

Bonn, 17. Januar 2018: Berichte über die Armut von Bäuerinnen und Bauern in den Kakaoanbaugebieten Westafrikas und die weit verbreitete Kinderarbeit auf Kakaoplantagen sind nicht neu. Doch gerade angesichts des Absturzes der Kakaopreise seit September 2016 fordert das Bonner SÜDWIND-Institut, dass für Kakao endlich ein Preis gezahlt wird, der den kakaoanbauenden Familien ein menschenwürdiges Einkommen garantiert. Im Rahmen der Grünen Woche vom 19.-28. Januar in Berlin wird Friedel Hütz-Adams von SÜDWIND am kommenden Freitag mit Bundesminister Dr. Gerd Müller über die Möglichkeiten eines nachhaltigen Kakaoanbaus in der Elfenbeinküste diskutieren.

Rund 5.5 Mio. Haushalte bauen weltweit Kakao an, der größte Teil von ihnen auf wenigen Hektar Land. 70 % der Welternte und etwa 90 % der deutschen Kakaoimporte stammen aus Westafrika. Seit etwa 20 Jahren diskutiert die Kakaobranche darüber, wie die Situation der Bäuerinnen und Bauern verbessert werden kann. „Zwar haben Unternehmen, Regierungen und die Entwicklungszusammenarbeit eine Vielzahl von Projekten angestoßen, um die Situation der Betroffenen zu verbessern. Doch an der Situation der Menschen in den Kakaoanbaugebieten Westafrikas hat sich bisher wenig geändert“, so Friedel Hütz Adams von SÜDWIND, Kakaoexperte und Autor mehrerer Publikationen zum Thema Nachhaltigkeit im Kakaosektor.

Häufig wurde versucht, die Produktivität auf den Plantagen zu steigern. Zwar ließe sich diese Produktivität durchaus von derzeit rund 400 Kilo pro Hektar auf das Doppelte steigern. Doch eine Erhöhung der Produktivität könnte zu einem Kakaoüberschuss führen und zu einem weiteren Sinken des Kakaopreises. Dieser ist aufgrund einer guten Ernte zwischen September und Dezember 2016 bereits von rund 3.000 US-Dollar je Tonne auf 2.000 US-Dollar je Tonne abgestürzt und verharret auf diesem Niveau. Hinzu kommt, dass die Bäuerinnen und Bauern

in den seltensten Fällen über die die nötigen finanziellen Mittel verfügen, um in verbesserte Anbaumethoden zu investieren. Die Einkommen des Kakaoanbaus reichen für viele Familien insbesondere in der Elfenbeinküste noch nicht einmal dafür aus, den Schulbesuch der Kinder finanzieren zu können.

„Existenzsichernde Einkommen sind ein Menschenrecht“, so Friedel Hütz Adams. „Unternehmen der Kakao- und Schokoladenindustrie müssen daher veränderte Geschäftsmodelle aufbauen, um die Situation der Bäuerinnen und Bauern nachhaltig zu verbessern.“ Das SÜDWIND-Institut schlägt als einen wichtigen Baustein dafür langfristige, direkte Verbindungen zu den Bäuerinnen und Bauern vor, mit der Garantie von Preisen in einer Höhe, die eine nachhaltige Produktion erst ermöglichen.

„Ohne diese tiefgreifenden Veränderungen der Geschäftsbeziehungen zwischen KakaoproduzentInnen, kakaoverarbeitenden Unternehmen und letztendlich auch dem Einzelhandel und den KonsumentInnen wird sich die Situation der Bäuerinnen und Bauern nicht verbessern,“ so Hütz-Adams weiter. Darüber hinaus seien die Regierungen der Anbauländer ebenfalls in der Verantwortung. Sie müssen in die Infrastruktur den Kakaoanbaugebieten investieren und die Bäuerinnen und Bauern dabei unterstützen, Auswege aus der Armut zu finden.

Ansprechpartner:

Friedel Hütz-Adams

Telefon: 0228- 763698-15

Mobil: 0160-99404467

E-Mail: huetz-adams@suedwind-institut.de

SÜDWIND e.V. – Institut für Ökonomie und Ökumene

Kaiserstraße 201, 53113 Bonn

Tel.: +49 (0)228-763698-14

[info\(at\)suedwind-institut.de](mailto:info(at)suedwind-institut.de)

www.suedwind-institut.de